Relatório
Planejamento da comunicação do Governo Federal

Pesquisa qualitativa
Setembro-Outubro de 2021

ÍN-
DI-
CE

03. Objetivos

05. Metodologia

08. Principais Resultados

30. Expectativas sobre a comunicação: Em busca de soluções

59. Conclusões

Objetivos

Objetivos

Investigar temas que possam dar subsídios para o desenvolvimento do **planejamento de publicidade 2022.**

Os objetivos são **entender o cenário e buscar soluções** para construção do novo planejamento.

Metodologia

Pesquisa qualitativa, através da técnica de Discussão em Grupo Online

Foram realizadas 33 discussões em grupo:

Os grupos contaram com, no mínimo, 9 participantes

População pesquisada:

Homens e mulheres, nas faixa etária de 18 a 55 anos, pertencentes às classes A, B, C, D e E (Critério Brasil)

Praças (11):

Região Sul: Porto Alegre e Curitiba

Região Sudeste: São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte

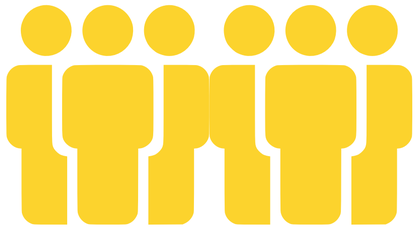
Região Nordeste: Salvador, Recife, Fortaleza

Região Centro-oeste: Cuiabá e Distrito Federal

Região Norte: Belém

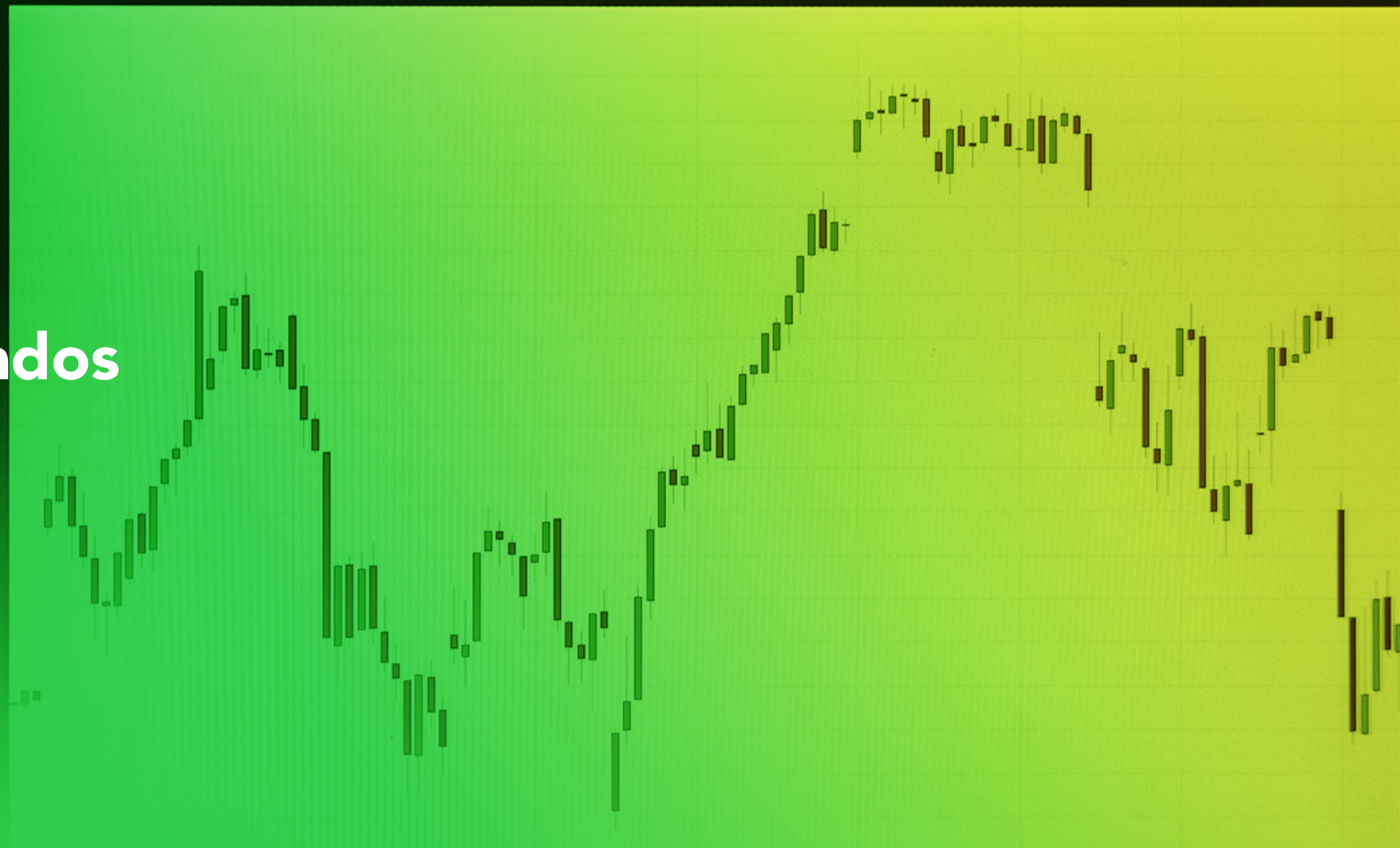
Segmentação dos grupos:

CLASSE	*TOTAL*
AB1	***9***
B2C	***12***
CDE	***12***
TOTAL	***33***



	TOTAL
JOVENS 18 A 24 ANOS	***11***
MUL 25 A 40 ANOS	***9***
MUL 30 A 50 ANOS	***6***
MUL 41 A 55 ANOS	***7***
TOTAL	***33***

Principais Resultados



Contexto Brasil

Momento extremamente difícil

Nunca vivido anteriormente, ***pandemia*** surpreendeu o país e o mundo!

Governo e população foram pegos de surpresa.

“A vida está muito difícil para quem é autônomo, dependendo da área de atuação a pessoa está beirando a fome.” (G15)

“A gente vê que pessoas que moravam de aluguel, morando embaixo de viaduto. Pessoas que ajudavam os moradores de rua, que a colaboração era alta, diminuiu.” (G28)

PERDAS FORAM DE TODA ORDEM, EM TODOS OS CAMPOS

MORTES

DESEMPREGO

FOME

ESCOLAS FECHADAS

FALÊNCIAS

PERDA DA CASA, MORAR NA RUA

SEM RENDA, SEM RESERVA, DÍVIDAS

INFLAÇÃO

Contexto Brasil

Em todos os segmentos, independente da região, classe social ou idade houve consenso quanto:

- Aumento exponencial do custo de vida;
- Retorno da inflação – memória da hiperinflação apavora!
- Desemprego;
- Extrema polarização política – sociedade brasileira dividida;
- Saúde mental foi profundamente abalada!
- A pandemia interferiu profundamente no país, no povo e nas diversas instâncias de poder.

“Está pior do que estava antes. Tudo está mais caro, as pessoas estão encontrando dificuldade em tudo, até para comer.” (G19)

“Psicologicamente, pessoas com ansiedade, depressão, medo de morrer, o tempo todo a gente sabendo de vizinho que faleceu de Covid.” (G30)

“O medo e receio também matam, abalaram o psicológico, a gente só vai ver o resultado a médio prazo. Estamos vendo as pessoas passando necessidade.” (G21)

“A gente não consegue ver melhora em nada, tudo que foi prometido, a esperança de ser algo diferente, a nossa aposta pra ser diferente ficou só na esperança mesmo.” (G32)

Contexto Brasil
O futuro

Em sua maioria, os participantes apontaram que o planejamento para o futuro tornou-se uma tarefa praticamente impossível.

Especialmente os segmentos femininos das classes CDE demonstraram grande preocupação:

> **Para elas, planejar o futuro é garantir a alimentação de cada dia e o pagamento das contas básicas: aluguel, gás, energia e água.**

Entre as **classes AB, os planos para empreender,** expandir seus negócios, iniciar cursos, entre outras atividades **foram colocados em suspenso – não é seguro se arriscarem neste momento.**

Entre os **jovens dos segmentos B2C, a grande preocupação é o mercado de trabalho:** reconhecem a **necessidade da educação técnica e superior,** mas não conseguem se planejar para estudar.

> A falta de perspectivas é mais latente entre os jovens dos segmentos CD.

Planos, sonhos e construção do futuro foram substituídos pela incerteza e pelo medo.

FUTURO É PRÓXIMO

“Os sonhos foram um pouco adiados desde o começo da pandemia, pegou todos de surpresa. Adiados meses após meses, inclusive em questão de empreender, fazer negócios mais próximos, o receio de colocar os pés pelas mãos. Tudo está sendo adiado para mais alguns anos, para fazer as coisas bem centradas.” (G30)

“Antigamente pensava daqui a 2-3 anos, vou comprar meu carro. Hoje não tenho esse pensamento, hoje é pensando no amanhã, que é um futuro próximo, que a gente consiga quitar nossas contas como água, luz, porque senão a gente fica sem energia, sem água.” (G23)

“Está tão complicado, a gente está vivendo um dia de cada vez e pedindo pra Deus que ajude a melhorar, porque a cada semana que se passa a gente sente que foi mais difícil que a anterior.” (G32)

“Futuro agora é me organizar para fazer um mercado que dure os 30 dias, fazer agora sem saber se conseguirá fazer no próximo mês.” (G23)

“Quero conseguir fazer faculdade ano que vem, quero conseguir um emprego.” (G8)

Mulheres mais velhas e mais carentes sentiram os efeitos da pandemia intensamente.

“Futuro: incerteza, medo de desemprego, de não conseguir realizar sonhos.” (G21)

“Quando eu penso em meu futuro, é para amanhã. Não tenho como me programar para daqui a um mês.” (G2)

“Eu estacionei os sonhos, meu objetivo é conseguir vencer as contas do mês, um dia de cada vez. Pagar aluguel, contas, mas viagem, comprar alguma coisa, não tem como.” (G16)

“Passei dos 50, tenho 55 anos, não tenho estudo, não tenho formação e a gente já teve momentos de muitas dificuldades. Hoje eu me viro daqui e dali, dou meus pulos, não falta alimentação, mas poderia estar melhor. A gente está muito perdido, parece que a pandemia afetou a mente de muita gente, na própria família e entre amigos vejo muito gente desesperada, muita afoita.” (G7)

“Estou preocupada com a volta da estabilidade econômica, porque a gente continua ganhando o mesmo que antes, mas as contas estão o dobro, o alimento está o dobro, quero saber se a gente vai ter o mínimo de dignidade pra pagar as contas, porque a gente quase deixa vencer pra cortar e aí paga. O que a gente ganha não é o suficiente pra se manter, isso precisa mudar. A gente sofreu muito pra sair da linha da pobreza, como vivemos nos anos 80 e 90, éramos muito pobres, mas a gente vinha numa qualidade de vida muito melhor nos últimos 20 anos e agora perdemos isso.” (G7)

Jovens sentem que tiveram sua juventude encurtada, roubada.

Novas responsabilidades, novas preocupações.

“Eu não quero sobreviver, quero viver! Tenho só 21 anos, tenho sonhos, mas o país não permite.” (G5)

“Somos jovens, queremos viajar, conquistar as coisas, poder sonhar. Mas está tudo muito difícil! A gente trabalha e não chega a lugar nenhum.” (G5)

Aprendizados a partir da pandemia

Os participantes apontaram como resultado da pandemia em suas vidas:

- Valorização da família;
- Valorização da fé religiosa, especialmente entre as mulheres dos segmentos acima de 25 anos;
- Necessidade de formar uma reserva financeira para não serem surpreendidos por adversidades, tal como ocorreu a partir da pandemia;
- Buscar, cada vez mais, a profissionalização – seja através de cursos técnicos e superiores, assim como cursos de gestão e de educação financeira;
- Aprenderam a não contar apenas com empregos formais – avaliação de que estes são cada vez mais raros e difíceis, além de oferecerem salários muito baixos;

REINVENTAR-SE!

Ideia de reinvenção de suas vidas diante das adversidades surgiu em praticamente todos os segmentos.

Aprendizados
a partir da pandemia

Jovens

“Família é a base de tudo, Deus, família e amigos, meu círculo de convivência mudou, tive mais contato com a minha família, não tinha muito contato com meus pais, me deixou mais próximo deles. “ (G21)

“A pandemia está incerta, muita gente fez plano antes, veio a pandemia e acabou! Quem sabe serviu para a gente dar valor às pequenas coisas, valorizar os concursos, foco, fé em Deus para não ter uma terceira onda, esperamos que a porta se abra, estamos confiantes.” (G10)

Empreendedorismo em tempos de pandemia

Nesse contexto de buscar soluções alternativas, a proposta de empreendedorismo **despertou o interesse de todos.**

Empreender, ao lado de reinvenção da vida e da sobrevivência, foi a tônica dos discursos dos participantes dos segmentos B2C e CD.

Nestes segmentos, **empreender é por falta de opção**. O desejo é o trabalho de carteira assinada e férias, 13º salário, aposentadoria.

Empreendedorismo em tempos de pandemia

Assim, observou-se que, entre os segmentos CDE e entre parcelas dos segmentos B2C, a noção de empreendedorismo é associada a uma espécie de "se vira nos trinta", tendo começado como um "bico".

- Percepção de que ter seu próprio negócio, trabalhar por conta própria exige conhecimento de gestão, controle financeiro, etc, áreas muito distantes do cotidiano destes segmentos.

- Alguns se registraram como MEI, mas não conseguem sequer recolher os impostos.

- Outros se ressentem da ausência de garantias trabalhistas – "ser dono do seu próprio negócio não tão fácil."

Principal opção para os segmentos de mulheres CD - Cozinhar

“A pandemia afetou, não consegui emprego, mas corri atrás, fui vender pastel, vender bolo, pão. Consegui tirar habilitação, me formei no ensino médio.” (G20)

“Sou autônoma, para mim a pandemia foi muito boa. O movimento foi muito grande, trabalhei bem mais do que quando não tinha pandemia. Virei cabeleireira, vou na casa das clientes ou elas vão ao meu salão com hora marcada. Vivo bem, não fiquei parada.” (G12)

“Como a maioria dos brasileiros, tive que dar um jeito e fui entregar comida, que foi uma profissão que aumentou na pandemia.” (G22)

“Ninguém sonha em entregar comida, trabalhar de Uber, mas muitos tiveram que fazer e adiar o que fazem para sobreviver, depois pensar no resto.” (G12)

MOTIVOS DE ORGULHO DO PAÍS

Em meio à pandemia, alguns aspectos do Brasil foram muito valorizados

POVO BRASILEIRO	DIVERSIDADE	CIÊNCIA
CULTURA	NATUREZA RICA	SUS

“Orgulho da força do brasileiro, não desistir perante dificuldades, está persistindo com fé, acreditando que vai dar certo sempre. O brasileiro não desiste nunca.”(G30)

“O SUS é muito organizado e comprometido em salvar vidas. Foi uma grata surpresa.” (G1)

“O potencial da nossa natureza” (G11)

“ Nossa cultura é riquíssima, cada região tem cultura própria, música, comidas.” (G23)

O MELHOR e O PIOR do Brasil

O MELHOR

O povo brasileiro!
Sua criatividade, garra, capacidade de se reinventar; Sua resiliência, sua alegria e acolhimento;

“O brasileiro é a pessoa que gosta do calor humano, está sempre rindo. Não desiste com facilidade.” (G27)

O PIOR

A política e políticos!
Corrupção, desunião, falsidade, mentiras, falta de empatia com o povo, é uma atividade suja!

A desigualdade
Avaliação de que vem aumentando a distância entre ricos e pobres;

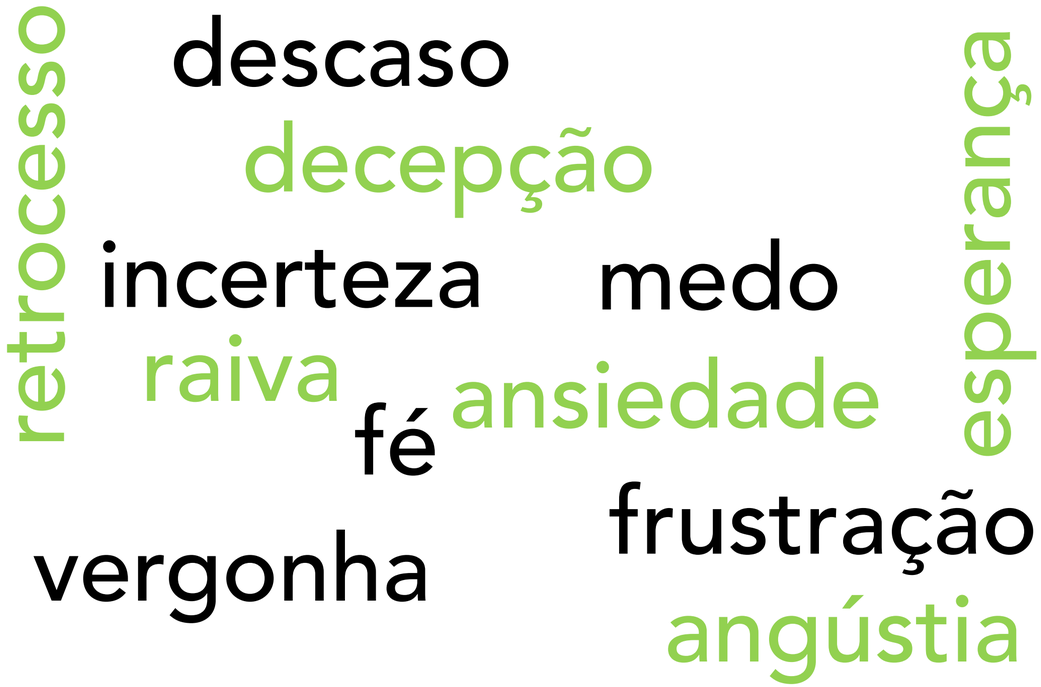
IMPORTANTE observar que a Política foi posicionada negativamente, sinalizando um forte gap entre Estado e Sociedade

Muitos participantes, de todos os segmentos, assumiram que não confiam em políticos e não costumam buscar informações nesta área.

Tal desinteresse pareceu ter começado a se modificar ao longo da pandemia pela necessidade de se manterem informados.

SENTIMENTO BRASIL

Questionados sobre qual o sentimento atual em relação ao país, têm-se:



Incerteza, medo, angústia e ansiedade foram lembrados em todos os segmentos.

Expectativas para 2022

Afirmaram que 2022 será ainda um ano de grandes dificuldades:

- **Risco de surgimento de novas variantes do vírus – saúde ainda será uma área de muita preocupação;**
- **Economia ainda muito desacelerada – alta taxa de desemprego, inflação crescente, dólar alto e ampliação da desigualdade;**

Expectativas sobre a Comunicação: Em busca de soluções

Em busca de soluções

Foi solicitado que os participantes apontassem temas relativos ao Governo Federal sobre os quais gostariam de maior explicação e divulgação.

As questões mais prementes o momento atual estão voltadas para:

Economia

- Propostas para controle da inflação;
- Explicações sobre a alta de preços dos alimentos, do gás e dos combustíveis;
- Propostas para geração de emprego e renda;
- Transparência das contas federais, repasses para estados;
- Auxílio emergencial e Novo Bolsa-Família;

Saúde

- Vacinação: idades que podem ser imunizadas, doses de reforço, etc;
- Informações sobre a pandemia;
- Saúde da mulher;
- Programas para idosos;

Em busca de soluções

Política Econômica

- O que o governo pretende fazer para **controlar a inflação crescente** – preocupação geral!
- Que políticas estão sendo pensadas para **auxiliar os mais carentes?** Manutenção do auxílio emergencial? Ampliação e elevação do valor do Bolsa-Família? Critérios para adesão aos benefícios sociais do governo
- **Projetos para o combate ao desemprego** – incentivos fiscais às indústrias que abrirem novas vagas? Redução de impostos? Facilidades de crédito para empresas?
- **Política de incentivo ao emprego formal** – como se transformar em MEI?
- **Impostos** – onde são aplicados os valores recolhidos? Há um forte desejo de transparência da gestão dos recursos públicos!

“Para o momento atual, é a pasta de saúde e economia, que são as coisas que afetam grande parte da população. Mostrar o que está acontecendo, de onde a gente estava, para onde a gente foi, com dados e fatos, maneira simples e linguagem que todos entendam.” (G14)

“Quando a gente tem uma empresa a gente faz balanço, a gente faz relatório, a gente faz comparação. O Brasil é um empresa e ele é nosso diretor, que ele prestasse conta pra nós. Qual o real estado da economia? A única certeza que temos é que o preço está subindo a cada dia. Por quê? Desde quando?” (G13)

“Se tivesse uma informação falando quanto de verba está indo para cada estado, pra cada área da saúde, educação, infraestrutura seria interessante pra gente cobrar do governador, não só do Governo Federal, mas do governador, quanto está sendo passado.” (G18)

“Ações do Governo Federal estão sendo feitas para diminuir o desemprego, principalmente para mulher. Ficamos a mercê de determinados postos de trabalho, que ação está sendo direcionada para mulheres conseguirem mais emprego,” (G28)

“Linha de crédito para empreendedores. Que linha de crédito teria para mim, o que eu teria que fazer para me encaixar, para eu receber um profissional da área para me dar certa clareza. Por exemplo, BNDES, para pessoas que tem mais dinheiro, por que não uma linha de crédito para pessoas com ganho menor?” (G10)

Em busca de soluções

Geração de Empregos e Renda

- Que projetos existem, quais os critérios para adesão? Onde buscar estas informações?
- **Informar sobre os projetos do governo para geração de empregos** – que áreas serão enfocadas ou priorizadas?
- O que pode ser feito ou o que já é oferecido para profissionalizar mulheres de baixa renda, em geral, com baixa escolaridade e responsáveis pela família? Onde buscar este tipo de capacitação?
- **Estímulos ao Empreendedorismo** – o que é oferecido como estímulo? Que facilidades? Onde encontrar informações acessíveis sobre cursos?

Em busca de soluções

Geração de Empregos e Renda

- Há cursos de gestão oferecidos pelo governo? E de educação financeira? Onde se informar?
- Como se transformar em Micro Empreendedor Individual (MEI)? Quais as vantagens? Onde buscar informações?

Incentivar os programas de Jovem Aprendiz e Primeiro Emprego, oferecendo facilidades para as empresas que aderirem.

Em busca de soluções

Na Área da Saúde

Sobre Covid-19

- Informar estatísticas de evolução da doença, mortes e status de vacinação;
- Informar os programas de tratamento das sequelas pós-covid;

Saúde mental

- Divulgar e incrementar programas voltados para a saúde mental, avaliados como extremamente importantes neste período de pandemia e de crise. Onde obter informação, como ter acesso;
- Produzir campanhas sobre ansiedade, depressão e onde procurar ajuda;

Campanhas nacionais voltadas para:

- Saúde da mulher – prevenção do câncer, preparação para menopausa, entre outras;
- Saúde em geral, com foco na importância da vacinação das crianças e adultos;
- Combate às Doenças sexualmente Transmissíveis (DST);
- Prevenção da Gravidez na Adolescência;

Em busca de soluções

Na Área da Saúde

Divulgar os programas de Atenção Primária em Saúde e Programa Saúde da Família.

Divulgar informações sobre dotação de recursos para construção de hospitais, os repasses da União para os Estados, etc – desejo de transparência.

Divulgar a Farmácia Popular e os critérios para obtenção de medicação gratuita.

APS ATENÇÃO PRIMÁRIA À SAÚDE

AQUI TEM FARMÁCIA POPULAR

Saúde da Família

Campanhas de conscientização contra violência da mulher

- Solicitação nos segmentos do Norte e Nordeste, das classes CDE;
- Que tipo de auxílio é oferecido? Há programas de acolhimento e de capacitação profissional das vítimas?

Programas e projetos desenvolvidos pelo Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos

- O que existe de apoio para as mães solteiras? E para mulheres sem profissão definida, existe algum programa que as beneficie?
- Quais projetos estão sendo implementados pelo Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos?

“Tem projetos sociais voltados a mãe sozinhas, mulheres solteiras, as que foram vítimas de violência, as mulheres que tão chegando a alguma idade e ainda não tem uma profissão, um auxílio diferente, voltado pra mulher conseguir sobreviver sozinha, independente.” (G13)

- Especialmente entre os segmentos das classes C, D e E, há grande desinformação sobre os direitos do cidadão e sobre os benefícios que podem ter acesso.

- Não são conhecidos os “caminhos” burocráticos que devem ser seguidos.

- Há lacunas sobre aposentadoria, pensões, licenças médicas, demissões, FGTS, entre muitas outras áreas sociais.

- Muitas dúvidas e insegurança em relação à promessa governamental de reformulação do Bolsa-Família – boatos de aumento de valor, boatos de corte de cadastrados, etc.

Divulgação de programas de governo na área da Educação, na medida em que apenas alguns participantes reconheceram sua existência, sendo pouco conhecidos pela população em geral.

- Qual o volume de recursos que o governo federal transfere para os estados e municípios? Como são aplicados?
- Divulgação das mudanças no **FIES e ProUni;**
- O que o Governo Federal vem fazendo para **facilitar o ingresso da população no ensino superior;**
- Apresentação de um **plano nacional para o ensino fundamental e médio adaptado aos novos tempos de pandemia**;
- Investimentos em treinamento para professores em **Ensino a Distância**;
- Programa de acesso à internet pelas famílias mais carentes de modo a facilitar o ensino a distância;
- Propostas do governo federal de **incentivo à Ciência** – explicação sobre cortes de recursos em um momento em que a atividade científica vem sendo muito valorizada;
- Divulgar programas de **Alfabetização de adultos**;
- Divulgar cursos de **capacitação técnica**;

Em busca de soluções

Sobre as Propostas de Reformas

Informações sobre os projetos de Reforma Tributária e Reforma Administrativa – o que mudará, quais os ganhos e quais as perdas, vantagens e desvantagens em relação ao que existe atualmente;

Vantagens e desvantagens da política de privatizações – o que o país ganha com isso?

Explicações sobre o aumento das tarifas de energia, gás e água.

Há alguma proposta de controle dos preços das tarifas?

Divulgar os projetos de incentivo às energias alternativas – existem? Em que regiões? De que tipo? Eólica, solar, biomassa, hidroelétrica, etc

Há alguma proposta de tarifa social de energia, além da existente nos estados, para as famílias mais necessitadas?

- Promover a preservação da Amazônia, combatendo o desmatamento, o garimpo ilegal e garantindo a terra das reservas indígenas.
- Divulgar campanhas de conscientização do uso de água e energia.
- Informar sobre o que vem sendo feito para resolver a crise energética.
- Explicar as vantagens do selo PROCEL nos eletrodomésticos.

PROGRAMA HABITACIONAL

- Informações sobre o programa habitacional para segmentos de baixa renda – ainda existe? Os participantes se ressentem do “desaparecimento” do programa “Minha Casa, Minha Vida”.

- Poucos sabem que houve mudança de nome do programa, agora “Casa Verde e Amarela”.

- Por que houve redução dos recursos para a construção de moradias populares? Há previsão de retorno?

- Quais são os critérios para adesão? Onde buscar estas informações?

“Não se teve mais informações sobre MCMV, falaram que iria mudar de nome, ser Casa Verde e Amarela. Mas não vi uma única entrega de casa pelo Governo Federal.” (G1)

“Não sei como está o Minha Casa, Minha vida hoje, nunca mais ouvi falar.” (G8)

“Eu vi uma placa Casa Verde e Amarela, mas não sei o que significa. O que significa?” (G16)

“Sobre o Minha Casa Minha Vida que tem muita gente que não sabe como se inscrever e traz muita oportunidade pra quem não tem a casa própria.” (G26)

- Área avaliada positivamente em todos os segmentos.
- Divulgar nacionalmente o que vem sendo realizado nas diversas regiões.
- Divulgar os programas de saneamento básico em curso nos estados do Nordeste.

- O que vem sendo feito para combate às drogas pela Polícia Federal?
- Quais os projetos contra corrupção?
- Trabalho desenvolvido nas fronteiras.
- Projetos de combate ao crime organizado.

Em busca de soluções - RESUMINDO

Jovens

- Foram surpreendidos pela pandemia em um momento em que se viam prestes a se lançarem e conquistarem o mundo.
- Seus sonhos foram cancelados, seus planos adiados sem previsão.
- Grande preocupação com o futuro!
- Desejam profissionalização

Em busca de soluções - RESUMINDO

Jovens

- **Buscam trabalho e renda, empreender tende a ser uma saída.**
  - Desejam cursos de empreendedorismo, tal como o **“Cidadão Empreendedor”**, oferecido pelo Governo do Distrito Federal.
  - Apenas uma **minoria afirma conhecer o ID Jovem**, que propicia meia entrada em cinemas, teatros e eventos para estudantes, assim como viagens interestaduais gratuitas.
    - Entre aqueles que conhecem os **benefícios do ID Jovem**, vários afirmaram ser **muito burocrático o cadastramento via CRAS** e outros comentaram que solicitaram o benefício mas nunca obtiveram retorno do pedido.
  - **ProJovem** foi lembrado apenas em um grupo em Fortaleza, mas não sabem se ainda existe.
  - **ENCEJA** também foi citado em um grupo de mulheres mais velhas, lembrado como um programa para jovens e adultos concluírem a educação formal.
- Ou seja, **existem políticas públicas voltadas para esse segmento, porém são desconhecidas!**
- Identificou-se, assim, a necessidade de um forte programa de divulgação.

DESBUROCRATIZAR E DIVULGAR!

“Vim para a Brasília pelo ID Jovem. É um programa do Governo Federal, para jovens até 24 anos de fazerem viagens interestaduais sem pagar passagem. 100% grátis, eu vim do Piauí.” (G17)

“Eu venho tentando conseguir o ID Jovem, exigem cadastro no CRAS, que eu tenho há muito tempo, mas não consigo o IDJovem, não. Burocracia demais...” (G8)

“Para o ID jovem tem que ter o Nis, você pode viajar de graça de ônibus e outras coisas. Não procurei fazer. É muita burocracia para utilizar o benefício e também entra a renda.” (G10)

“Eu fiz um curso de empreendedorismo, Cidadão Empreendedor , é do Governo do DF. É um curso tão bom, oferece até alimentação. Estavam procurando alunos para preencher e formar turma. Tem toda uma estrutura, eles dão até uniforme para você frequentar.” (G17)

“O Projovem é um projeto para o jovem voltar para a escola, geralmente davam um valor para se manterem na escola como incentivo. Acho que nem existe mais.” (G25)

Em busca de soluções - RESUMINDO

Mulheres

- Assoberbadas e assustadas, foram pegas de surpresa pela pandemia. Muitas são chefes de família e se viram sem renda pelo desemprego ou, como autônomas, impossibilitadas de venderem seus produtos e serviços durante a pandemia.

- Filhos para criarem, alimentarem e auxiliarem nos estudos à distância. Familiares idosos sob seus cuidados.

Em busca de soluções - RESUMINDO

Mulheres

- **Desejam informações sobre programas voltados para suas necessidades**, alguns já existentes porém desconhecidos para a maioria:
  - Capacitação profissional através de **cursos gratuitos**;
  - **Benefícios sociais para filhos com deficiências** – BPC é bastante desconhecido;
  - Aposentadorias por idade ou por doenças – desconhecem as exigências, INSS não esclarece facilmente;
  - **Programas voltados para saúde da mulher** (gravidez, menopausa, câncer, etc)
  - Informações sobre os programas do Ministério da Mulher, da Família e dos Direitos Humanos – não sabem o que disponibiliz;
  - **Programas de auxílio para mulheres vítimas de violência** – emprego para que possam se tornar independentes; proteção contra novas agressões, etc;

Como desejam ser comunicados

Detectou-se muitas **reclamações sobre o acesso aos sites oficiais**:

- São muito “pesados”, com muitas informações;
- Uso de **termos técnicos, que não são compreendidos pela maioria:** sites do INSS, Receita Federal, entre muitos outros;
- **Navegação e usabilidade dificultosa**, os links conduzem a outras áreas e acabam por se perderem em meio à navegação. Considerar que navegam através de celulares e com planos de dados reduzidos;
- **Informações estão “espalhadas”** nos diversos sites dos ministérios e órgãos federais;

Como desejam ser comunicados

- Em resumo, os participantes não conseguem obter as informações que buscam.

- As redes sociais, bastante acessadas, estão imersas em fake news – seja a favor ou contra o governo federal.

“Um portal que não seja truncado. A intranet do governo está muito escondida, mascarada. Precisa de um layout mais atrativo para quem vai acessar. No site da Receita Federal, por exemplo, é tudo muito difícil, você tem que ter um conhecimento muito específico. Uma usabilidade melhor e transparência de portal.” (G15)

“Tem que falar a linguagem do povo. Ficar falando em FIPE, FAP, linguagem econômicas não. Seria interessante falar em real, o que está acontecendo e porque está mudando.” (G14)

“Os governos acabam não falando nossa língua, têm um monte de gente que não sabe o que é ICMS, falta falarem nossa língua e a gente entender para reivindicar nossos direitos, a gente ficar sabendo e ter entendimento para não reclamar à toa.” (G12)

“Comunicação tem que ser mais para o pobre, classe baixa. Pega um debate político, 70% das expressões não conhecemos. Falam sobre leis, números, estatísticas.” (G15)

“Acompanho muito no Instagram, nas lives que são feitas no Youtube e aquilo é bem legal, porque você cria uma comunicação direta com a população, o presidente faz muita live no canal do Youtube e também no Instagram.” (G24)

“Antigamente era muito transparente. Essas políticas públicas podiam ser divulgadas na televisão, mas a impressão que a gente tem é que foram limitadas às redes sociais, o governo brigou com as emissoras e por isso não vai passar na TV.” (G25)

“Uma linguagem mais acessível, muitas pessoas não entendem nada de política ou amam ou odeiam. Eles não procuram saber qual a plataforma de governo do Bolsonaro, o que ele prometeu que ia fazer.” (G30)

“Deveria ter um telefone como o 1746 (serviço da Prefeitura do Rio). Quer saber sobre Segurança, tecle 1. Sobre Economia, tecle 2; sobre Saúde, tecle 3.” (G9)

Como desejam ser comunicados

Para além dessas sugestões, os participantes **demonstraram expectativas de que seja criado um único site do governo que reúna dicas e informações** sobre suas diversas áreas de atuação.

- Uso de **linguagem simples e objetiva**, que possa ser compreendida por todos;
- **Informações precisas, que não exijam muita navegação** – que o que buscam possa ser obtido neste mesmo site, sem que sejam encaminhado para os sites de cada ministério ou órgão oficial;

E também, que seja considerada a possibilidade de **criação de um canal de linha direta para as diversas áreas de atuação governamental**, a exemplo do serviço telefônico oferecido por prefeituras – tecle 1 para saber sobre Saúde, 2 para Educação, etc;

CONCLUSÕES

Conclusões

- O **momento que o país** atravessa tem sido **extremamente difícil** – muitas mortes, desemprego, insegurança em todas as áreas, inflação alta, custo de vida que extrapola qualquer planejamento de orçamento.
- Planejar o futuro se transformou em uma tarefa quase impossível para a maioria. Futuro, principalmente para os mais carentes, é conseguir garantir a alimentação da família e pagar as contas do mês. **O futuro dá medo**.
- Sonhos foram adiados ou cancelados.
- Especialmente os **jovens demonstraram grande preocupação com suas opções profissionais em um mercado de trabalho cada vez mais exigente e restrito.**
- Mulheres das classes CDE, de idade mais elevada e sem qualificação profissional definida, se sentem à margem e desejam se capacitar.
- **A pandemia fez com que o povo brasileiro precisasse se REINVENTAR**, que parece ser a tônica desse momento. Reinventar novas formas de sobreviver, de se relacionar, de estudar.

Conclusões

- **Transparência na alocação dos recursos oriundos dos altos impostos**; explicações sobre a alta do custo de vida e sobre os planos do governo para conter a inflação crescente, assim como informações e propostas sobre emprego, educação e saúde foram apontadas como fundamentais.
- A economia e a saúde se revelaram as principais áreas onde se busca informações.

As expectativas apontaram para a necessidade de utilização de **linguagem simples, direta e objetiva na comunicação oficial.**

Entrevistas coletivas com ministros e secretários também foram apontadas como formas interessantes de comunicação desde que não sejam realizadas utilizando termos técnicos, que não são dominados pela população em geral.

Também se identificou o desejo de que seja **criado um site que reúna informações oficiais sobre as diversas áreas de atuação governamental**, com o objetivo de responder às dificuldades dos cidadãos. Por exemplo, se quiser informação sobre educação superior, haverá uma aba de Educação e em seu menu – educação superior. Informações simples reunidas em um só lugar.

TEMAS PARA COMUNICAÇÃO	• Economia; • Políticas econômicas; • Geração de empregos;
SAÚDE	• Covid; • Saúde Mental; • Saúde da mulher e saúde em geral;
MULHER	• Violência contra a mulher • Atuação do Ministério da Mulher, Família e Direitos Humanos
JOVEM	• Cidadão Empreendedor • ID Jovem • Programa Projovem

TEMAS PARA COMUNICAÇÃO

- Educação
- Políticas energéticas
- Meio ambiente
- Políticas habitacionais
- Infraestrutura
- Segurança

Finalmente, diante das dificuldades enfrentadas pela população no momento, as expectativas apontaram para o desejo de uma comunicação acolhedora, que demonstre empatia e solidariedade.

COTA

PESQUISAS